

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
INTISARI	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Lingkup Penelitian	8
1.7. Sistematika Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Industri 4.0 (<i>Fourth Industrial Revolution</i>)	11
2.2. <i>Internet of Things</i> (IoT).....	12
2.3. ANTARES	13
2.4. Konsep Manajemen Strategi dan Strategi Bisnis	15
2.5. Analisis Faktor Eksternal Perusahaan	17
2.5.1. PESTEL.....	17
2.5.2. <i>Five Force Porter</i>	20
2.6. Analisis Faktor Internal Perusahaan.....	22
2.6.1. <i>Value Chain Model</i>	23
2.6.2. Model Bisnis DNA	26
2.7. <i>Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix</i>	29
2.8. Kajian Penelitian Terdahulu.....	35
2.9. Kerangka Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38

3.1. Desain Penelitian.....	38
3.2. Metode Pengumpulan Data	40
3.2.1. Data Primer.....	40
3.2.2. Data Sekunder	41
3.3. Instrumen Penelitian.....	41
3.3.1. Pertanyaan Wawancara Terstruktur	41
3.3.2. Matriks SPACE	42
3.4. Metode Analisis Data	43
3.4.1. Matriks SPACE	43
3.5. Profil Telkom Digital Business and Technology (Telkom DBT)	45
3.5.1. Riwayat Singkat Telkom DBT	45
3.5.2. <i>Leap Digital Product</i>	47
3.5.3. Struktur Organisasi	48
3.5.4. Logo Leap.....	50
3.5.5. Visi & Misi Leap	52
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Analisis Faktor Lingkungan Eksternal	54
4.1.1. Analisis PESTLE.....	54
4.1.2. Analisis <i>Five Forces Porter</i>	71
4.2. Analisis Faktor Lingkungan Internal	86
4.2.1. Analisis <i>Value Chain</i>	86
4.2.2. Analisis Model Bisnis DNA.....	105
4.3. Analisis SPACE Matrix	123
4.4. Pembahasan	129
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	133
5.1. Simpulan	133
5.2. Implikasi.....	134
5.3. Keterbatasan	135
5.4. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	141

Lampiran 1.	141
Lampiran 2.	144
Lampiran 3.	148